Kwantitatief Onderzoek naar effect Informatiecampagne

Eilandsraad Verkiezingen 2015

Opdrachtgever: Rijksdienst Caribisch Nederland

Curaçao, mei 2015

P: + 5999-7381030
E: info@bridge-gaps.com
W: www.bridge-gaps.com
W: www.bridgegaps-training.com

Inhoudsopgave

Management samenvatting

Op 18 maart 2015 ging de bevolking van Bonaire, Saba en St. Eustatius naar het stembureau om te stemmen voor de verkiezingen van de vertegenwoordigers in de Eilandsraad.

Om de bewoners van Caribisch Nederland goed te informeren over het belang van de verkiezingen en de functie van de Eilandsraad, heeft Rijksdienst Caribisch Nederland (RCN) in opdracht van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK) een voorlichtingscampagne opgezet met het thema *"Plant uw stem, laat het groeien!"*.

Om de effectiviteit van die informatiecampagne te bepalen, heeft RCN aan BridgeGaps BV de opdracht gegeven dat te onderzoeken. Het betreft twee typen onderzoeken onder de kiesgerechtigden van Bonaire, Saba en St. Eustatius: een *kwalitatief* onderzoek middels focusgroepen en een *kwantitatief* onderzoek middels enquêtes onder een hoog aantal respondenten, allen kiesgerechtigd.

De onderliggende rapportage betreft het ***kwantitatieve*** onderzoek onder kiesgerechtigden op de 3 eilanden Bonaire, Saba en St. Eustatius.

De centrale onderzoeksvraag luidt:

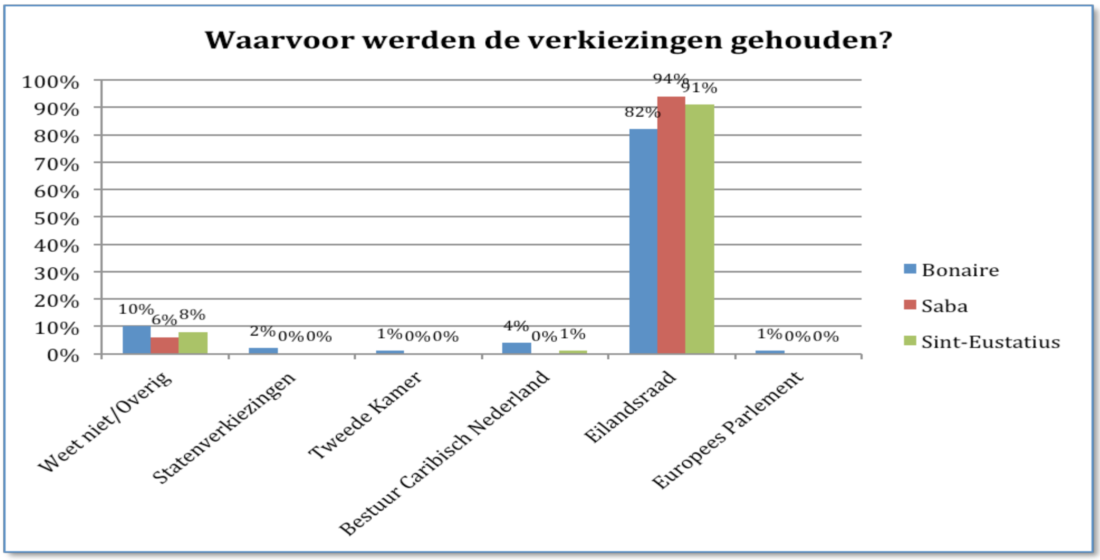
"In hoeverre was de voorlichtingscampagne 'Plant uw stem, laat het groeien!, effectief?"

Voor het kwantitatieve onderzoek is een gestructureerde vragenlijst met gesloten vragen opgesteld. De enquêteurs hebben in totaal 727 kiesgerechtigden benaderd, op een totaal aantal van 15.779 kiesgerechtigden, in de periode Maart tot en met April 2015.

Voor de management samenvatting, hebben wij de belangrijkste uitkomsten van het onderzoek hieronder weergegeven.

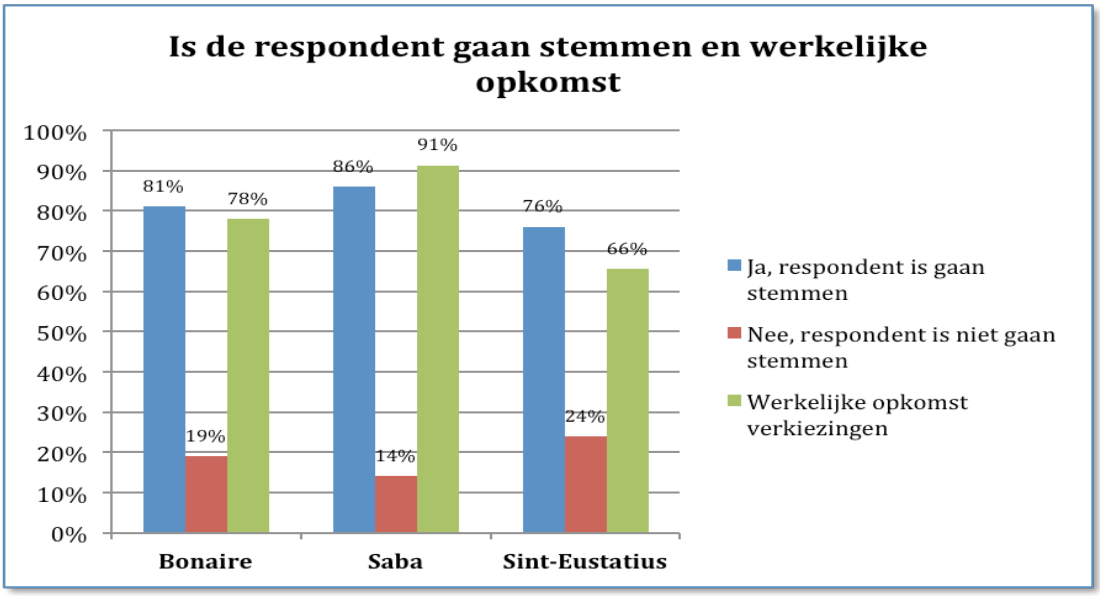
In maart 2015 waren er verkiezingen gehouden. Weet u waarvoor?

Op alle eilanden wist het overgrote deel van de respondenten voor welk orgaan de verkiezingen werden gehouden. Op Saba en ook op St. Eustatius wist iets meer dan 90% van de respondenten dat het om de eilandsraadverkiezingen ging; op Bonaire was 82% daarvan op de hoogte.



Heeft men gestemd; waarom wel/niet

Van de respondenten die deelnamen aan dit onderzoek, ging op Bonaire 81% stemmen, op Saba 86% en op St. Eustatius nam 76% de moeite om naar de stembus te gaan. Het percentage mensen dat is gaan stemmen ligt bij de ondervraagde respondenten redelijk in lijn met het percentage kiesgerechtigden dat in werkelijkheid op 18 maart 2015 is gaan stemmen.



Aan degenen die onder de respondenten gestemd hebben, werd gevraagd wat daar de reden voor was. Zij hadden de optie om meerdere antwoorden te geven. Op Bonaire en Saba werd “ik vind stemmen mijn plicht” het meest genoemd, op St. Eustatius was dat “ik vind de Eilandsraad belangrijk”.

Van degenen die *niet* gestemd hadden, is voor bijna 30% op Saba geen specifieke reden (‘weet niet’)’ te noemen, een ander deel zei dat ‘de Eilandraad niet belangrijk is’. Op St. Eustatius zegt bijna een kwart ‘nooit te gaan stemmen’, en een kwart van de respondenten zegt dat ‘haar/zijn stem toch geen verschil uitmaakt’. Bovendien geeft 24% aan dat ‘zij geen vertrouwen heeft in de Eilandsraad.’

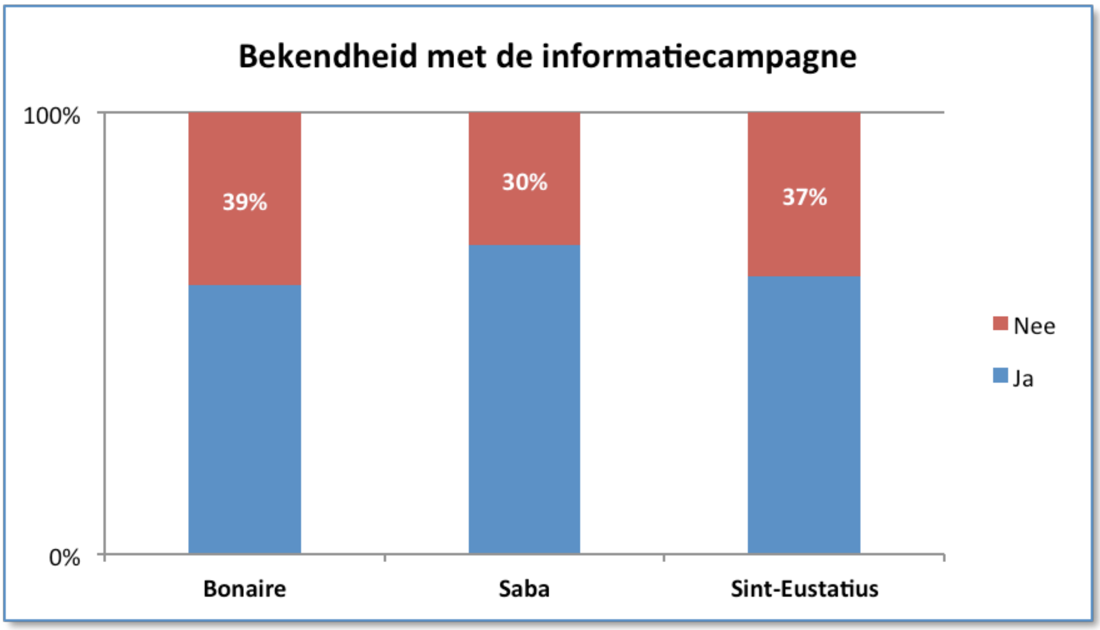
Met de stelling “de Eilandraad is heel belangrijk voor mijn eiland”, konden vrijwel de meeste respondenten op Bonaire en St. Eustatius het eens zijn. Op Saba was dat in veel mindere mate het geval.

Taken van de Eilandsraad

De respondenten zijn redelijk goed bekend met de taken van de Eilandsraad. Zij noemden vaak “het controleren van het Bestuurscollege”, en “houdt toezicht op het Bestuurscollege”.

De informatiecampagne

Op de eilanden heeft een groot deel van de respondenten niets gemerkt van de informatiecampagne: op zowel Bonaire als op St. Eustatius is dat bijna 40%, op Saba is dat wat minder: 30% heeft de campagne niet gezien.



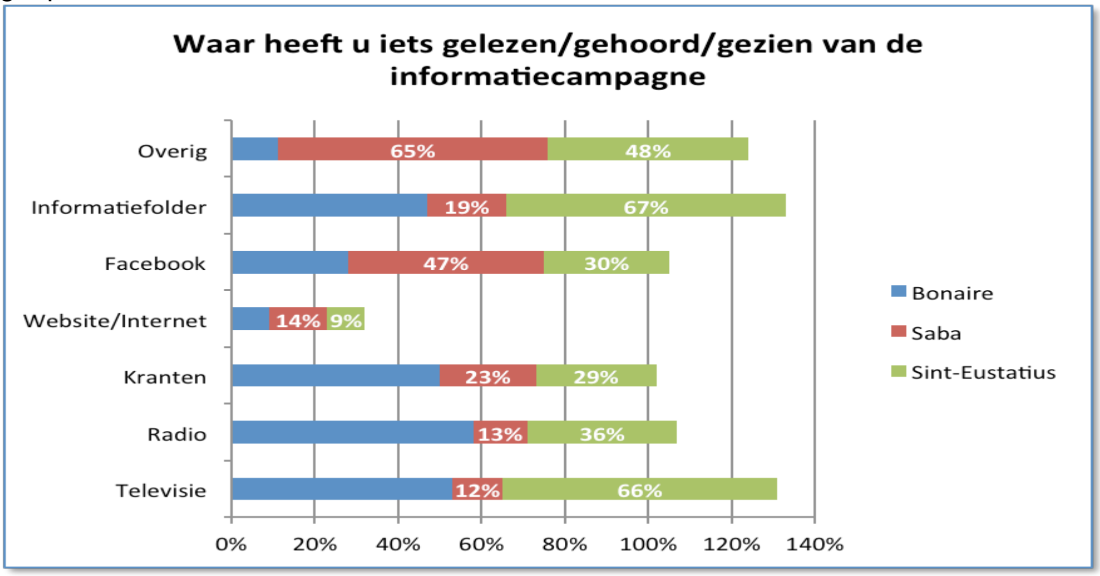
Via welke media heeft u iets vernomen?

Op Bonaire scoorden de radio, de televisie, de kranten en de informatiefolder vrij hoog. Facebook werd niet zo vaak genoemd. Daarentegen springt op Saba het medium Facebook er juist uit; bijna de helft van de respondenten heeft via dit sociale medium informatie gekregen over de verkiezingen. Op Saba is verder opvallend dat

65% van de respondenten zegt informatie gekregen te hebben via “overige” middelen; daarmee refereren zij meestal naar posters en billboards.

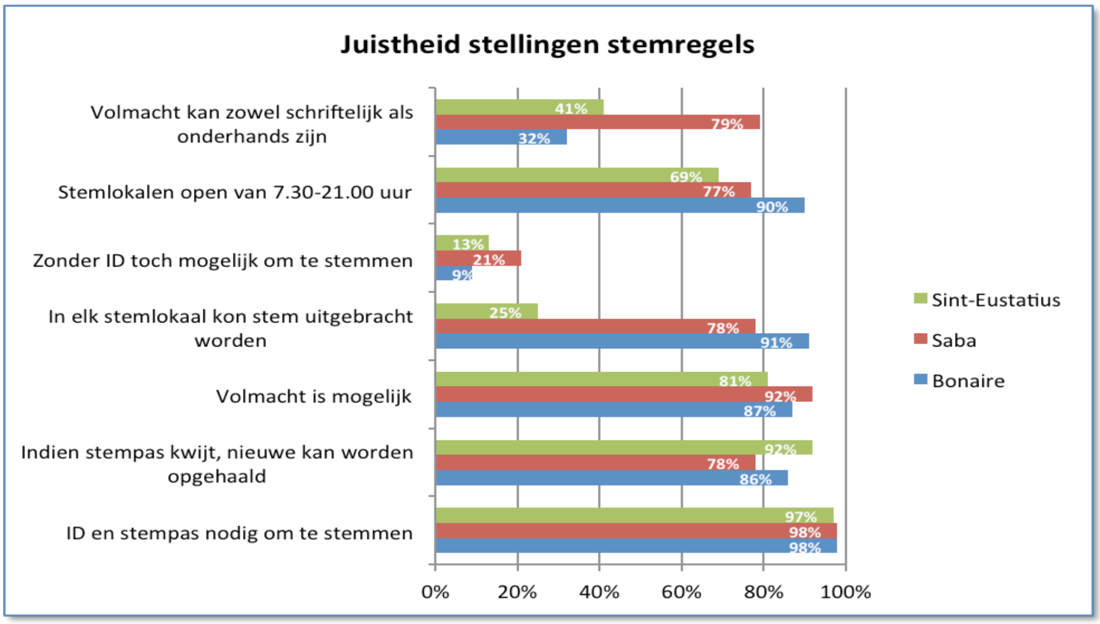
Op St. Eustatius is de televisie en de Informatiefolder erg belangrijk geweest in de informatievoorziening.

Websites als communicatiemiddel hebben op de drie eilanden nauwelijks een rol gespeeld.



Kennis over hoe de verkiezingen in het werk gaan

Algemeen beschouwd waren de respondenten op de drie eilanden redelijk op de hoogte van de stemregels als het gaat om de noodzaak van een ID en stempas, de mogelijkheid voor volmacht, etc. Voor wat betreft de volmacht is het echter voor velen op Bonaire en op St. Eustatius niet duidelijk geweest dat een volmacht zowel schriftelijk als onderhands kan zijn. Daarentegen wist het merendeel op Saba (79%) dat wel. Opvallend is dat 75% van de respondenten op St. Eustatius niet wist dat op elk gewenst stemlokaal gestemd kon worden.



1. Inleiding

Op woensdag 18 maart 2015 ging de bevolking van Bonaire, Saba en St. Eustatius naar het stembureau om te stemmen voor de verkiezingen van de vertegenwoordigers in de Eilandsraad. De Eilandsraad is een orgaan van gekozen volksvertegenwoordigers binnen elk van de openbare lichamen Bonaire, Sint Eustatius en Saba (verder: Caribisch Nederland). De Eilandsraad controleert het Bestuurscollege bestaande uit een Gezaghebber en meerdere eilandgedeputeerden.

De eerste keer dat de bevolking van *Caribisch Nederland* ging stemmen voor de verkiezingen van de vertegenwoordigers in de Eilandsraad was in 2011. Daarvoor werd de Eilandsraad ook al gekozen, maar toen maakten de eilanden nog onderdeel uit van de Nederlandse Antillen. Dit land werd in 2010 opgeheven; de eilanden Bonaire, Saba en St. Eustatius zijn sindsdien 'bijzondere gemeenten van Nederland'.

Omdat de Eilandsraad om de vier jaar wordt verkozen, ging de bevolking op 18 maart 2015 weer stemmen. Om de bevolking te stimuleren om te gaan stemmen, en om hen goed te informeren over het belang van de verkiezingen, de functie van de Eilandsraad en de regels rondom het stemproces, heeft Rijksdienst Caribisch Nederland (RCN) in opdracht van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK) een voorlichtingscampagne opgezet voor de inwoners van Caribisch Nederland met het thema *"Plant uw stem, laat het groeien!".*
De voorlichtingscampagne richtte zich op de regels rondom het stemmen, zoals welke locaties als stembureau fungeren, openingstijden van de stembureaus, de noodzaak van een ID en stempas, de mogelijkheid tot geven van volmacht, en de mogelijkheid om een nieuwe stempas te halen indien deze is kwijtgeraakt. Daarnaast werden de belangrijkste taken van de Eilandsraad genoemd.

De voorlichtingscampagne werd gevoerd via spotjes en infomercials op de televisie, radiospots, en advertenties in kranten. Ook plaatste RCN billboards, waren er posters en werden er folders huis aan huis verspreid. De boodschappen, taal en vorm werden per eiland aangepast. Middels de campagne, verwachtten RCN en BZK dat de inwoners zich zouden realiseren dat hun stem belangrijk is, met als gevolg dat zij ook eerder bereid zouden zijn om hun stem uit te brengen voor de verkiezingen voor de vertegenwoordigers van de Eilandsraden.

Om de effectiviteit van de informatiecampagne voor deze verkiezingen te kunnen bepalen, hebben BZK en de communicatieafdeling van RCN besloten om de effectiviteit van de voorlichtingscampagne te laten onderzoeken. Het betreft twee typen onderzoeken onder de kiesgerechtigden van Bonaire, Saba en St. Eustatius: een *kwalitatief* onderzoek middels focusgroepen en een *kwantitatief* onderzoek middels enquêtes onder een hoog aantal respondenten. BridgeGaps BV kreeg de opdracht het onderzoek uit te voeren.

De onderliggende rapportage betreft het ***kwantitatieve*** deel van het onderzoek onder kiesgerechtigden op de 3 eilanden.

Voor dit onderzoek is een gestructureerde vragenlijst met gesloten vragen opgesteld (zie Bijlage 1). De enquêteurs hebben gedurende de maanden maart en april 2015 in totaal 727 kiesgerechtigden benaderd, op een totaal aantal van 15.779 kiesgerechtigden,

In 2012 hebben wij ook een onderzoek uitgevoerd, dit betrof toen een effectiviteitsmeting van de voorlichtingscampagne over de Tweede Kamer verkiezingen in 2012. Indien het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties en de communicatieafdeling van RCN graag vergelijkingen willen trekken tussen de uitkomst van dat onderzoek en het onderhavige onderzoek, dan is een opmerking hierover wel op zijn plaats.

De onderzoekers hebben het kwantitatieve onderzoek in 2015 uitgevoerd met deels dezelfde vragen als het kwantitatieve onderzoek in 2012, maar de verschillen tussen de twee onderzoeken zijn te groot, waardoor een vergelijking eigenlijk niet effectief is. Behalve dat het in 2012 verkiezingen betrof waar de kiesgerechtigden in Nederland ook voor meestemden, ging het tevens om een *nieuw* soort verkiezingen voor de eilandbewoners. Het betrof immers een nieuwe, andere bestuurslaag met andere bestuurders dan welke zij gewend zijn. Hierdoor is het op vele vlakken lastig een vergelijking te maken met het onderzoek over de campagne voor de Eilandsraadsverkiezingen, waarvoor de meeste bewoners van de drie eilanden al veel vaker hebben gestemd.

1.1. Leeswijzer

U treft in hoofdstuk 2 de beschrijving aan van de onderzoeksvraag en de daaruit vloeiende deelvragen. De gehanteerde onderzoeksmethode, het onderzoeksinstrument, de onderzoekspopulatie en de dataverzameling, treft u aan in hoofdstuk 3.

De kern van het document staat in de hoofdstukken 4 en 5; hierin staan de *(kwantitatieve)* onderzoeksresultaten. Vervolgens treft u in hoofdstuk 6 onze samenvatting, conclusies en enkele aanbevelingen aan.

2. Onderzoeksvraag

2.1. Onderzoeksvraag en deelvragen

De centrale vraagstelling van het onderzoek luidt:

"In hoeverre was de voorlichtingscampagne 'Plant uw stem, laat het groeien!, effectief?"

Deze centrale vraagstelling is opgedeeld in de volgende onderzoeksvragen:

- Of men bekend was met het feit dat er op 18 maart 2015 verkiezingen waren en voor welk orgaan;
- Of men heeft gestemd (waarom wel/niet);
- Of men bekend was met het belang van de verkiezingen;
- Of men wist hoe de verkiezingen in hun werk zouden gaan (stemregels zoals stempas, ID-bewijs, volmacht mogelijkheid, willekeurig stemlokaal, openingstijden stemlokaal);
- Of men bekend was met de functie van de Eilandsraad;
- Via welke media men informatie verkreeg (bekendheid met campagne)

3. Methode van onderzoek

3.1. Instrument

Voor het kwantitatieve onderzoek is een gestructureerde vragenlijst met gesloten vragen opgesteld. Deze vragenlijst bevatte de deelvragen van het onderzoek, plus vragen over enkele demografische kenmerken van de respondent (zie bijlage 1).

De vragenlijsten waren beschikbaar in het Engels, Papiaments en Nederlands. De respondenten konden zelf hun taalkeuze maken. Elke respondent kreeg op dezelfde wijze dezelfde vragen voorgelegd. De eenduidige vraagstelling en de eenduidige wijze waarop de respondenten hebben geantwoord, maakt dat statistische analyse mogelijk is.

3.2. Steekproef en respondenten

In samenspraak met RCN en BZK is besloten dat het onderzoek een betrouwbaarheidsniveau zou hebben van 90%, met een foutmarge van 5%.

Een betrouwbaarheidsniveau van 90% betekent dat voor 90% zeker is dat het werkelijke resultaat binnen het betrouwbaarheidsinterval valt. De foutmarge is het percentage dat een verzameld resultaat kan afwijken van de werkelijkheid.

Op basis van het betrouwbaarheidsniveau van 90% en de foutmarge van 5%, rekenden wij middels een statische formule uit dat wij 727 respondenten nodig hadden voor dit onderzoek. Dit aantal is behaald. In de maanden maart en april 2015 hebben de enquêteurs 727 kiesgerechtigden benaderd. In onderstaande tabel staat het totaal aantal kiesgerechtigden per eiland aangegeven, samen met het totaal aantal respondenten per eiland.

Tabel 1. Totaal aantal kiesgerechtigden vs. Totaal aantal respondenten per eiland

Eiland	**Aantal Kiesgerechtigden**	**Aantal Respondenten**
Bonaire	12.368	266
Saba	1059	217
St. Eustatius	2352	244
Totaal Caribisch Nederland	**15.779**	**727**

Het aantal respondenten dat in Saba en St. Eustatius benaderd is, is relatief hoog; dit heeft te maken met de kleinschaligheid van de eilanden. De steekproef moet dan relatief groter zijn om een vergelijkbaar betrouwbaar beeld te krijgen.

3.3. Dataverzameling

Op alle eilanden heeft BridgeGaps BV haar vaste (lokale) veldcoördinatoren ingezet om de onderzoeken ter plekke te coördineren en de enquêteurs aan te sturen; alle medewerkers zijn woonachtig op de eilanden. Zij hebben de respondenten tussen eind maart en half april 2015 benaderd. De enquêteurs stelden de vragen middels een gestructureerde vragenlijst, 1-op-1. Zij kregen voorafgaand aan het enquêteren een korte training voor het afnemen van de vragenlijst. De training betrof zowel een inhoudelijke uitleg (interpretatie van de vragen en invullen van de vragenlijst) als een veldwerk technisch onderdeel (hoe de respondenten te benaderen, uitleg van de enquête, keuze van de respondenten).

De enquêteurs hebben de respondenten (allen kiesgerechtigden) op verschillende plekken benaderd om een zo gevarieerd mogelijke groep van respondenten te verkrijgen. De medewerking van de respondenten aan het kwantitatieve onderzoek was op alle eilanden goed; vrijwel iedereen die werd benaderd wilde meewerken aan het onderzoek.

Op Bonaire hebben zes enquêteurs de interviews afgenomen tussen 31 maart en 15 april 2015. Zij interviewden bij plaatsen als de lokale supermarkten (vd Tweel en Bondigro), op de airport, de lokale middelbare school, diverse werkplekken, in wijken en in familie-en vriendenkring.

In Saba enquêteerden drie enquêteurs tussen 28 maart en 13 april 2015. Locaties voor de interviews waren woonwijken in The Bottom, St. John’s, Windwardside, The Level, Booby Hill, en Hell’s Gate.

In St. Eustatius waren zeven enquêteurs werkzaam tussen 31 maart en 19 april 2015. Locaties waren woonwijken, winkels, kleine supermarkten, op straat en een bejaardentehuis.

3.4. Analyse

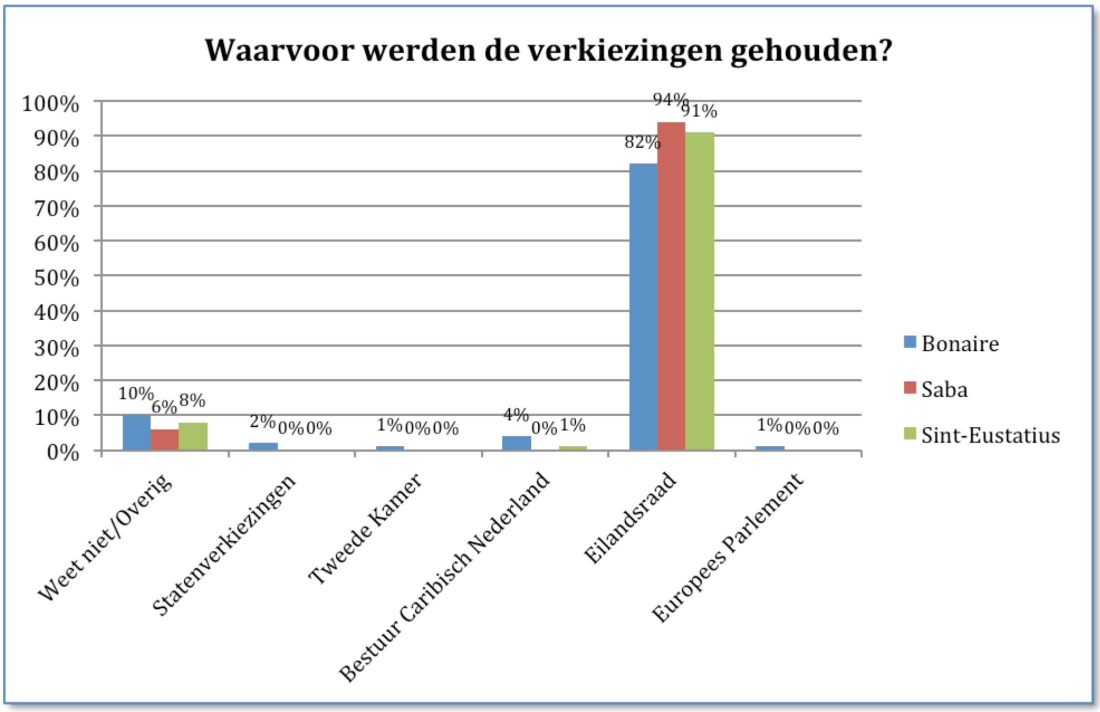
De onderzoeksresultaten zijn verwerkt in SPSS. De data van de eilanden zijn afzonderlijk geanalyseerd, omdat het volgens de onderzoekers geen meerwaarde

heeft om deze bij elkaar te voegen. De uitkomsten zijn immers merendeels eiland specifiek. De taal, vorm en middelenkeuze van de voorlichtingscampagne zijn per eiland aangepast; het is aannemelijk dat dit onderlinge verschillen in uitkomsten met zich mee brengt.

4. Resultaten van het onderzoek

4.1. In maart 2015 waren er verkiezingen gehouden. Weet u waarvoor?

Op alle eilanden wist het overgrote deel van de respondenten dat de verkiezingen werden gehouden voor de Eilandsraad. Op Saba wist 94% van de ondervraagden dat het om de Eilandsraad ging, op St. Eustatius wist 91% dat; op Bonaire was 82% daarvan op de hoogte. Het percentage op Bonaire dat niet wist om welke verkiezingen het ging, was 10%. Op Saba kon 6% niet aangeven wat voor soort verkiezingen er waren, en op St. Eustatius kon 8% dat niet zeggen. Op Bonaire dacht een heel klein deel van de respondenten (4%) dat het om verkiezingen ging voor het Bestuur Caribisch Nederland.



4.2. Heeft men gestemd; waarom wel/niet

Er is niet veel verschil tussen het percentage respondenten van dit onderzoek dat aangeeft gestemd te hebben en het percentage kiesgerechtigden dat in werkelijkheid op 18 maart naar de stembus ging. In de respondentengroep geven bijna net zoveel mensen aan gestemd te hebben dan in werkelijkheid het geval was.

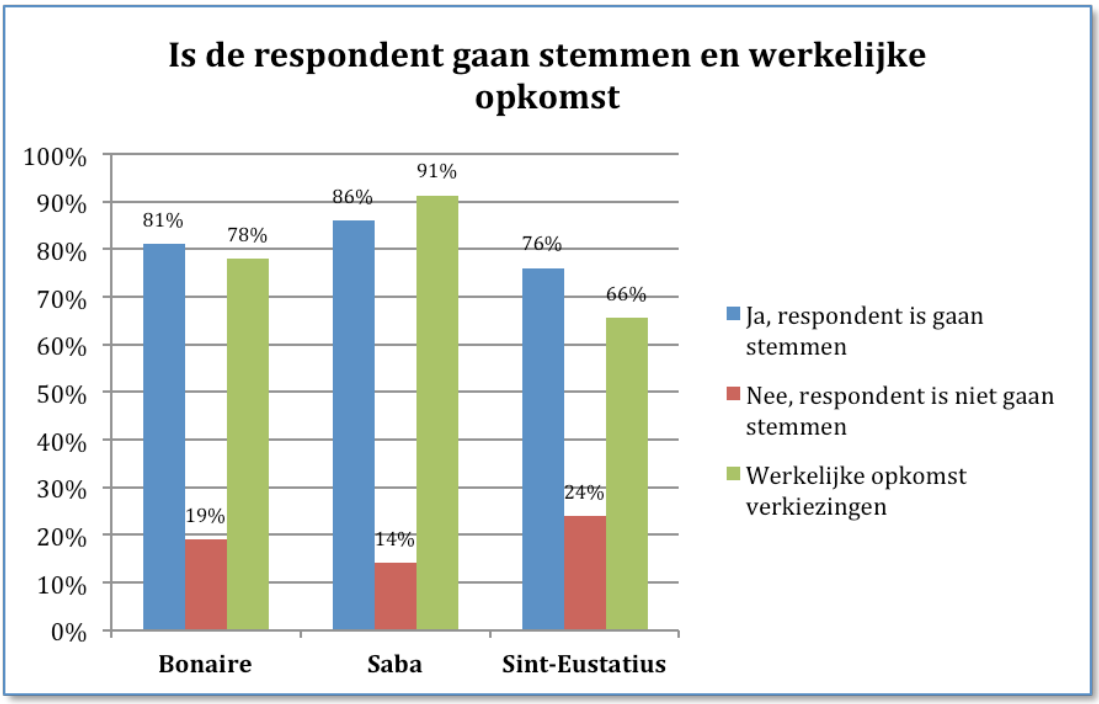
Van de respondenten die deelnamen aan dit onderzoek, ging op Bonaire 81% stemmen, terwijl dat in werkelijkheid 78% was. Op Saba ging 86% van de

respondenten stemmen, in werkelijkheid ging op dit eiland 91.3% van alle kiesgerechtigden naar de stembus. Op St. Eustatius nam 76% van de respondenten die meededen aan dit onderzoek de moeite om naar de stembus te gaan, terwijl 65.5% van de kiesgerechtigden daadwerkelijk op 18 maart 2015 op St. Eustatius ging stemmen.

Tabel 2: Opkomst percentage Eilandsraadverkiezingen 2015 (bron Wikipedia).

Eiland	Opkomst
Bonaire	78%
Saba	91,3%
Sint Eustatius	65,5%

In onderstaande grafiek is te zien welk percentage van de respondenten heeft aangegeven dat zij wel of niet zijn gaan stemmen, en de werkelijke opkomst bij de Eilandsraadverkiezingen op 18 maart 2015.

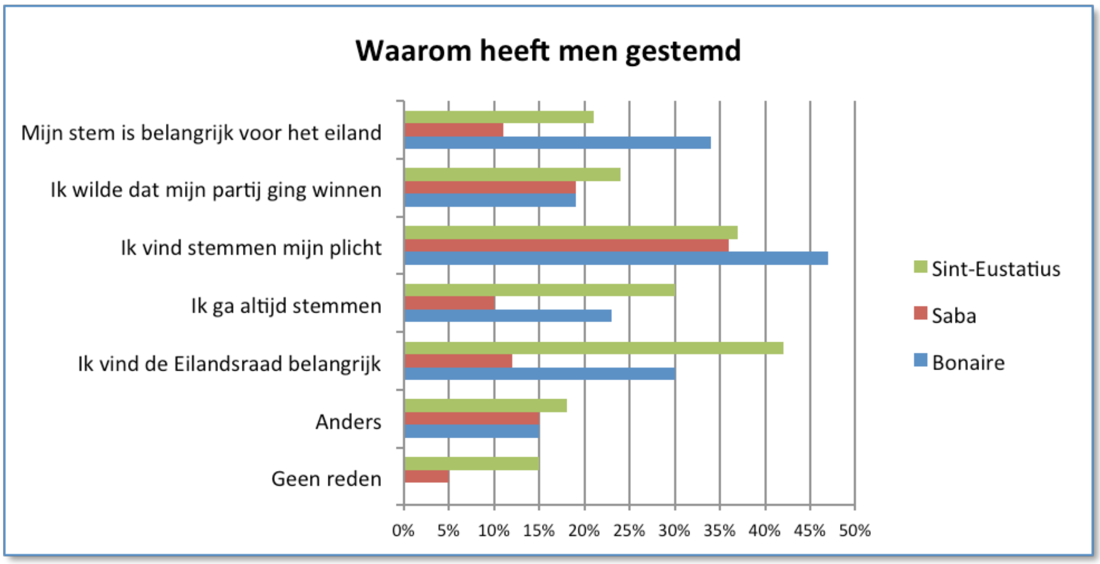


Aan de respondenten die *wel* gestemd hebben, is naar de beweegreden hiervan gevraagd. Zij hadden de optie om meerdere antwoorden te noemen. Op alle drie eilanden werd gemiddeld meer dan één reden aangegeven.

Op Bonaire en Saba werd “ik vind stemmen mijn plicht” het meest genoemd (Bonaire 47% en Saba 36%), op St. Eustatius was dat “ik vind de Eilandsraad belangrijk” (42%).

Op Bonaire noemden de respondenten verder het meest “mijn stem is belangrijk voor het eiland” (34%) en “ik vind de Eilandsraad belangrijk” (30%). Op St. Eustatius werd “ik vind stemmen mijn plicht” door 37% van de respondenten genoemd.

Van het belang van de Eilandsraad zijn de Sabaanse respondenten veel minder overtuigd. Slechts 12% meent dat “de Eilandsraad belangrijk is”.



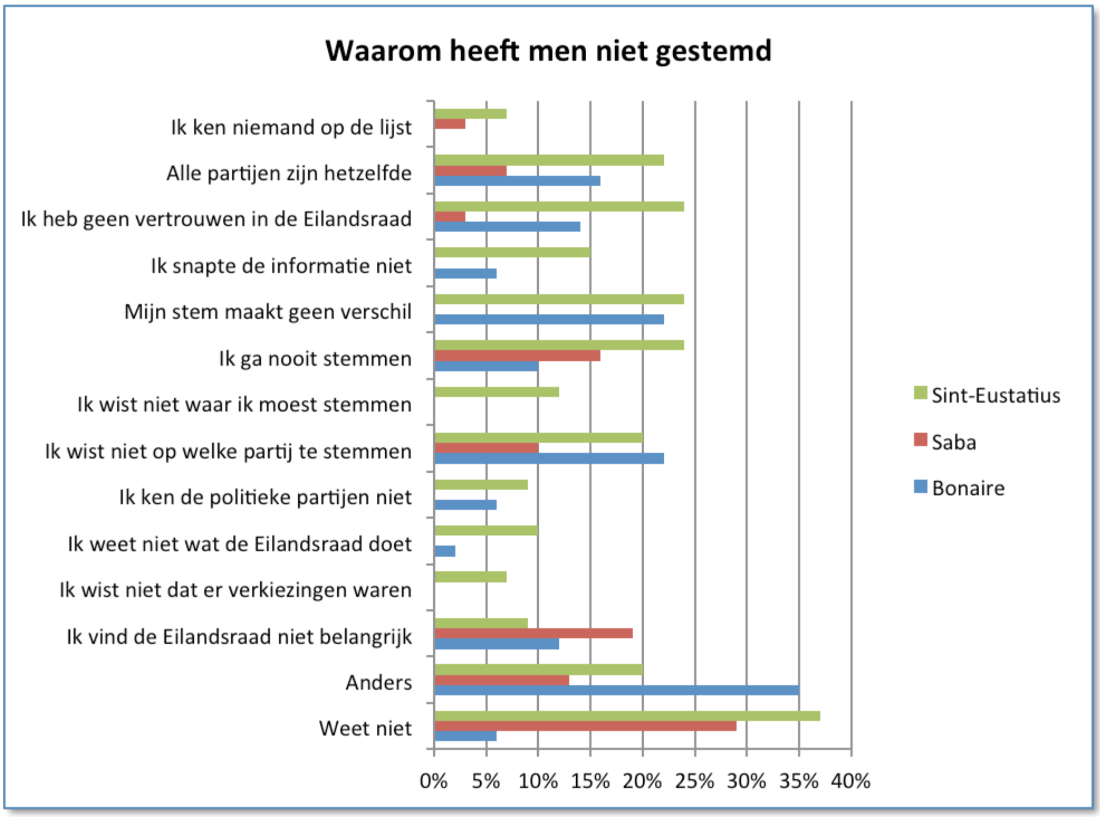
Aan degenen die *niet* gestemd hebben, werd tevens gevraagd wat daar de reden voor was *(ook al was het percentage niet stemmers voor de verkiezingen van de Eilandsraad vrij laag – zeker in vergelijking met het percentage niet stemmers voor de verkiezingen van de Tweede Kamer en het Europees Parlement - vinden de onderzoekers het belangrijk te weten wat de argumenten zijn geweest om* ***niet*** *te gaan stemmen voor de Eilandsraadverkiezingen).*

De respondenten hadden de optie om meerdere antwoorden te geven op deze vraag. Op zowel Bonaire als St. Eustatius werd gemiddeld meer dan één reden aangegeven, op Saba gaven de respondenten echter altijd maar één reden op.

Op Bonaire wordt het vaakst genoemd dat men ‘niet wist op welke partijen zij/hij moest stemmen’ (noemt 22%) en ‘mijn stem maakt geen verschil’ (noemt 22%), terwijl 35% zegt dat er ‘andere’ redenen waren om niet te stemmen.

Op Saba noemt 19% van de respondenten dat 'de Eilandraad niet belangrijk is', en geeft 16% aan 'nooit te gaan stemmen', terwijl iets meer dan een kwart (29%) zegt 'niet te weten' waarom zij niet is gaan stemmen.

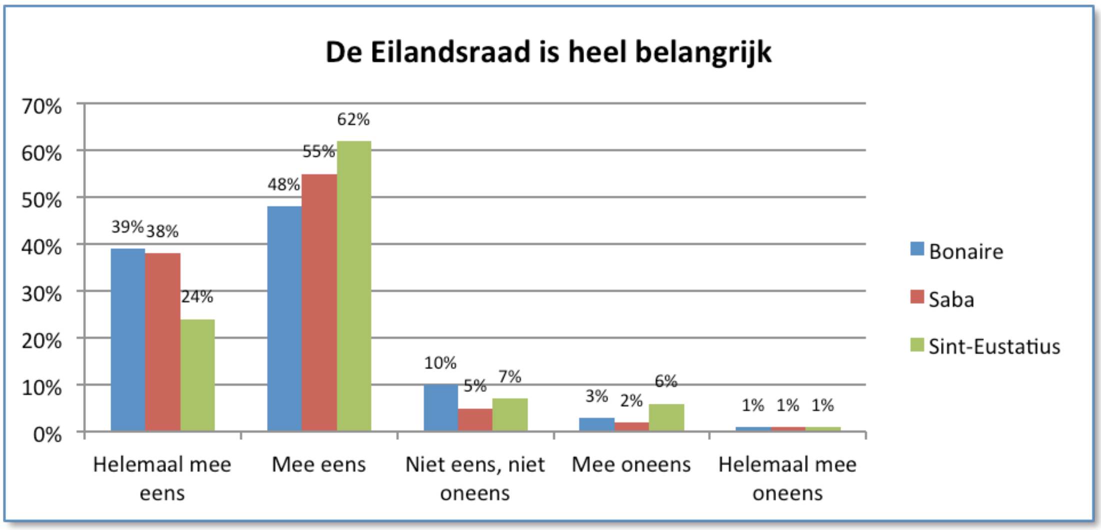
Op St. Eustatius noemt bijna een kwart 'nooit te gaan stemmen', en een kwart van de respondenten zegt dat 'haar/zijn stem toch geen verschil uitmaakt'. Bovendien geeft 24% aan dat 'zij geen vertrouwen heeft in de Eilandsraad' en noemt 22% dat 'alle partijen hetzelfde zijn.'



4.3. De Eilandsraad is heel belangrijk voor mijn eiland

De stelling "de Eilandraad is heel belangrijk voor mijn eiland", hebben wij zowel aan de stemmers als aan de niet stemmers voorgelegd. Met deze stelling waren vrijwel de meeste respondenten op de 3 eilanden het eens ('helemaal mee eens' of 'mee eens'). Op Bonaire vindt het overgrote deel van de deelnemers de Eilandraad heel belangrijk (87%); op Saba is dat 93% en op St. Eustatius schaart 86% zich achter die stelling.

Hier is een opvallende discrepantie te vinden. Immers, bij de vraag waarom ze zijn gaan stemmen, gaf slechts 12% van de Sabaanse respondenten als reden op dat de Eilandsraad belangrijk is. Deze discrepantie kan volgens de onderzoekers te maken met het feit dat voor vraag 4 de respondenten uit Saba slecht 1 antwoord hebben gegeven; de meest genoemde is hier "stemmen is mijn plicht". Zij hebben geen tweede reden genoemd, ondanks doorvragen door de enqueteurs.



4.4. Was men bekend met de taken van de Eilandsraad

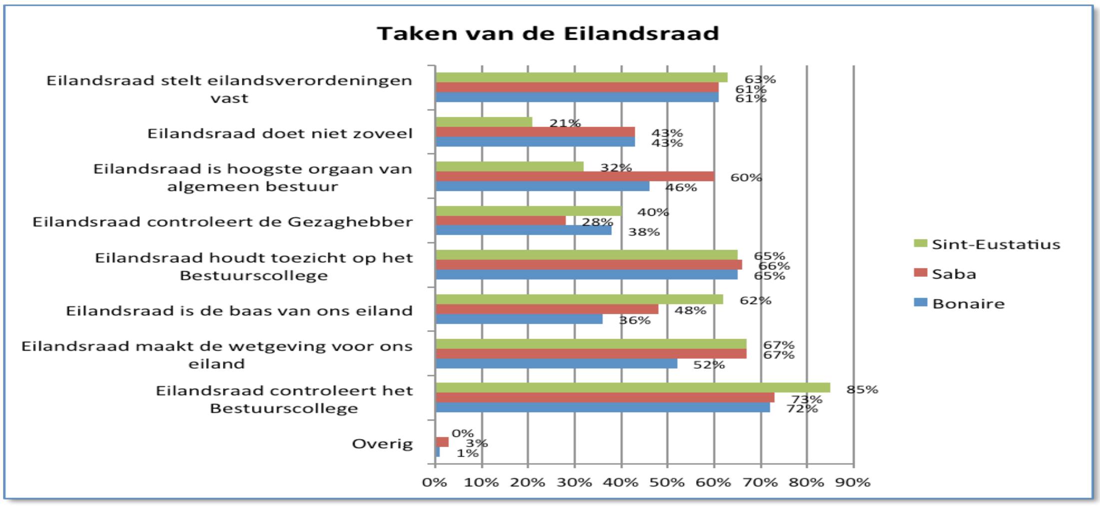
Bij deze vraag legden wij diverse mogelijke taken van de Eilandsraad aan de respondenten voor. Enkele van deze taken behoren daadwerkelijk tot de Eilandsraad, maar enkele ook niet (of niet geheel). De taken werden voorgelezen, de respondenten moesten kiezen welke taken correct waren en welke niet, zij konden daarbij meerdere antwoorden aan laten kruizen. Wij merkten op dat een deel van de respondenten moeite had met deze vraag; er werd lang nagedacht voordat de enquêteurs antwoord kregen *(mogelijkerwijs waren de stellingen onvoldoende duidelijk geformuleerd. Het feit dat sommige taken slechts gedeeltelijk correct zijn - zoals bijvoorbeeld "de Eilandsraad maakt wetgeving voor ons Eiland"-, kan misschien bij de respondenten voor verwarring hebben gezorgd, waardoor zij wellicht niet zeker waren van het juiste antwoord.)*

Algemeen beschouwd kunnen wij toch aannemen dat de respondenten redelijk goed bekend met de taken van de Eilandsraad. Zij noemden vaak de juiste taken van de Eilandsraad. Het betreft de taak "het controleren van het Bestuurscollege", en ook "houdt toezicht op het Bestuurscollege". Deze taak is ook als zodanig in de

informatiecampagne genoemd. Op Bonaire noemde 72% dat de Eilandsraad het Bestuurscollege controleert, op Saba was dat 73% en op St. Eustatius was dat hoger, namelijk 85%. Andere stellingen die hoog scoorden waren 'De Eilandsraad houdt toezicht op het Bestuurscollege'. Op Bonaire en ook op St. Eustatius was 65% het daarmee eens, op Saba kon 66% van de respondenten zich vinden in deze taak. Ook 'het vaststellen van eilandsverordeningen' werd genoemd, door iets meer dan de helft van de respondenten op ieder eiland. 61% op Bonaire en ook op Saba, en 63% op St. Eustatius beschouwt dit inderdaad als een taak van de Eilandsraad. Deze taak is niet als zodanig in de informatiecampagne genoemd. De taak 'maakt de wetgeving voor ons eiland' welke slechts gedeeltelijk juist is, scoorde ook hoog. Op Saba als St. Eustatius was 67% het daarmee eens; op Bonaire kon iets meer dan de helft van de respondenten zich in deze taak vinden (52%).

Andere taken die niet correct zijn, werden ook door de respondenten voor juist aangezien, zoals "de Eilandsraad is de baas van ons eiland". Op St. Eustatius is 62% van de respondenten het daarmee eens, op Saba denkt 48% daar ook zo over en op Saba 36%. Bijna de helft van de respondenten op zowel Bonaire als Saba meent overigens dat de 'Eilandsraad niet zoveel doet'.

Dat de Eilandsraad inderdaad het hoogste orgaan is van algemeen bestuur, meent bijna de helft van de respondenten op Bonaire (46%), en meer dan de helft op Saba (60%). Op St. Eustatius zijn minder mensen het daarmee eens, namelijk 32%.



4.5. De informatiecampagne van RCN

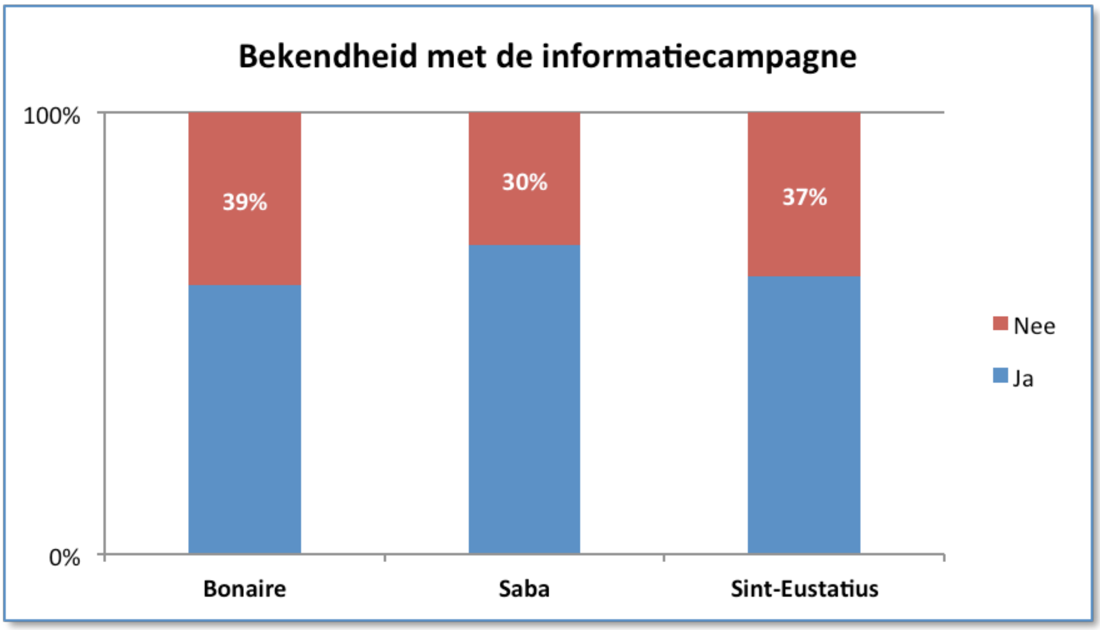
De informatiecampagne van RCN had meerdere doelen. Eén daarvan was het stimuleren van de bewoners om te gaan stemmen. Daarnaast moest het proces van

de verkiezingen en de regels van het stemmen worden uiteengezet. Een ander doel was om de aard van de verkiezingen uit te leggen, namelijk dat het om de Eilandsraad ging. Hierbij werden ook de functie en enkele taken van de Eilandsraad uitgelegd, om zodoende het belang van de verkiezingen onder het voetlicht te brengen.

De onderzoeksvraag over de informatiecampagne is opgesplitst in drie deelvragen: heeft u iets gelezen/gehoord/gezien van de informatiecampagne; waar heeft u iets gelezen/gehoord/gezien (welk medium) en wat was het motto (slogan) van de verkiezingen.

Er is hier op het eiland een grote informatiecampagne geweest over de Eilandsraadverkiezingen. Heeft u hier iets over gelezen/gehoord/gezien?

Op de eilanden heeft een deel van de respondenten *niets* gemerkt van de informatiecampagne: op zowel Bonaire als op St. Eustatius bijna 40%, op Saba 30%.



Via welke media heeft u iets vernomen?

Deze vraag hebben de enquêteurs allèèn gesteld aan diegenen die iets van de informatiecampagne hadden gelezen, gehoord of gezien.

Bij deze vraag mochten de enquêteurs de verschillende communicatiemiddelen die RCN had gebruikt tijdens haar campagne, *niet* opnoemen. Zo konden de

respondenten zelf nadenken en het communicatiemiddel benoemen, zonder beïnvloed te worden door de enquêteurs. Men mocht meerdere middelen opnoemen.

Op Bonaire heeft men het vaakst informatie gehoord op de radio, daarna volgen televisie, de kranten en de informatiefolder. 58% zei iets op de radio te hebben gehoord, 53% zei dat ze iets op de Televisie hadden gezien en 50% gaf aan in de kranten iets van de informatiecampagne van RCN te hebben opgepikt. De informatiefolder werd door 47% van de respondenten genoemd. Facebook werd op Bonaire niet zo vaak genoemd; slechts 28% van de respondenten op Bonaire heeft iets op Facebook gezien.

Daarentegen springt op Saba het medium Facebook er juist uit; bijna de helft (47%) van de respondenten heeft via Facebook informatie gekregen over de verkiezingen. Op Saba is verder opvallend dat 65% van de respondenten zegt informatie gekregen te hebben via “overige” middelen; daarmee refereren ze vaak naar posters en billboards.

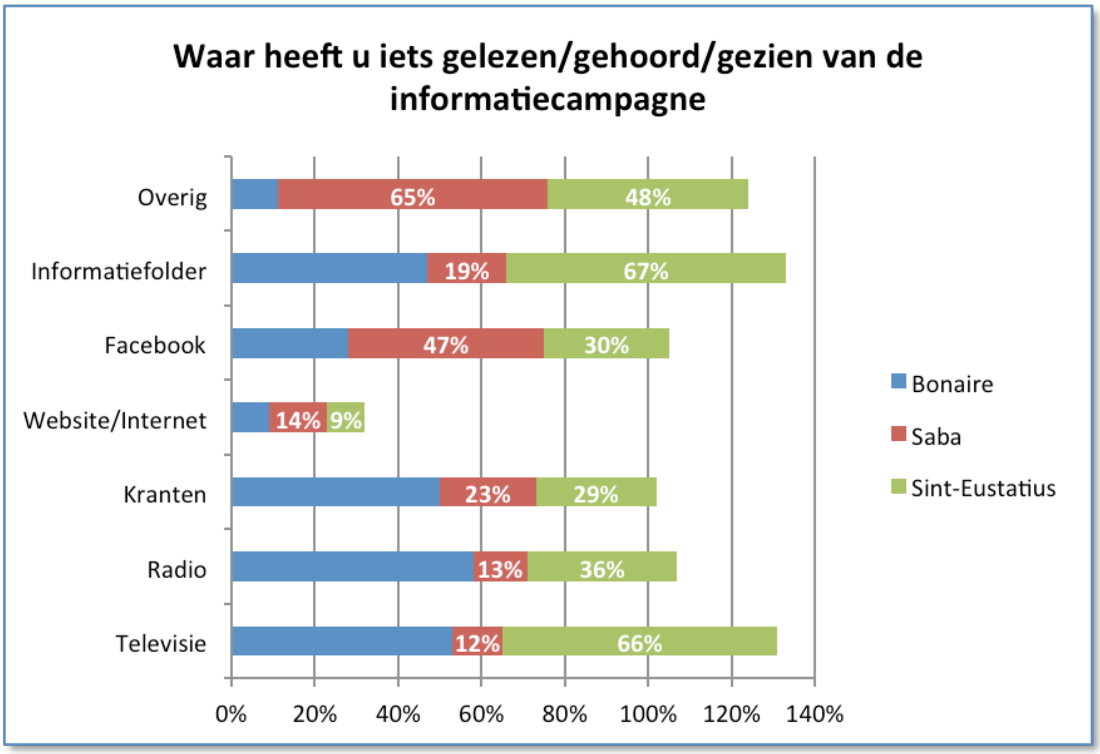
Radio, Televisie, de kranten en de informatiefolder spelen, in tegenstelling tot Bonaire, een kleinere rol op Saba. Slechts 12% zegt wat op de Televisie te hebben vernomen, 13% op de radio, 23% in de kranten.

Op St. Eustatius is de Televisie en de Informatiefolder erg belangrijk geweest in de informatievoorziening over de verkiezingen; 67% geeft aan via een folder informatie te hebben gekregen. De onderzoekers vragen zich af of degenen die de folder noemen, de informatiefolders bedoelen of de posters. Want uit de resultaten van het andere onderzoek (met focusgroepen) blijkt dat de meeste mensen de folder niet eerder hadden gezien. Uiteraard is het heel mogelijk dat veel respondenten van het kwantitatieve onderzoek de folder wel hebben ontvangen.

Op St. Eustatius zegt verder 66% op de Televisie iets te hebben gezien. Dit in tegenstelling tot Saba waar zowel de folder als de Televisie nauwelijks een rol hebben gespeeld.

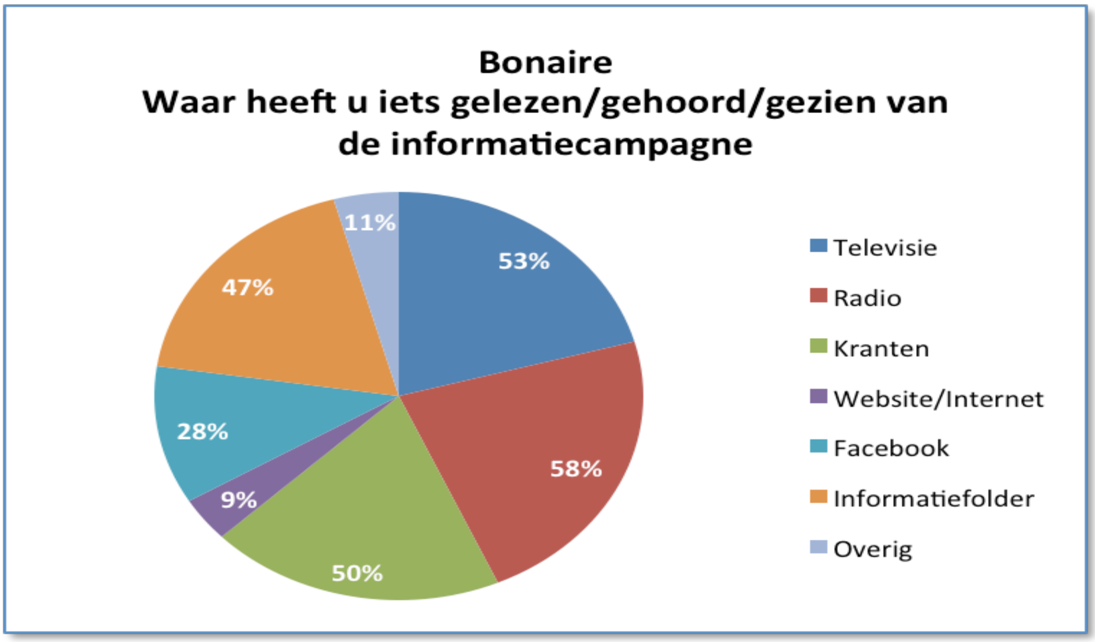
Op St. Eustatius heeft daarnaast 36% via de radio iets vernomen van de verkiezingen. Ook bijna de helft van de respondenten op St. Eustatius noemt “overige” middelen bij de vraag waar ze iets gelezen/gehoord/gezien hebben van de informatiecampagne. Zij refereren hierbij voornamelijk naar billboards.

Websites als communicatiemiddel hebben op de eilanden, voorafgaand aan de verkiezingen, nauwelijks een rol gespeeld. Minder dan 10% van de respondenten op St. Eustatius en op Bonaire hebben via internet informatie gekregen, op Saba ligt dit nauwelijks hoger (14%).

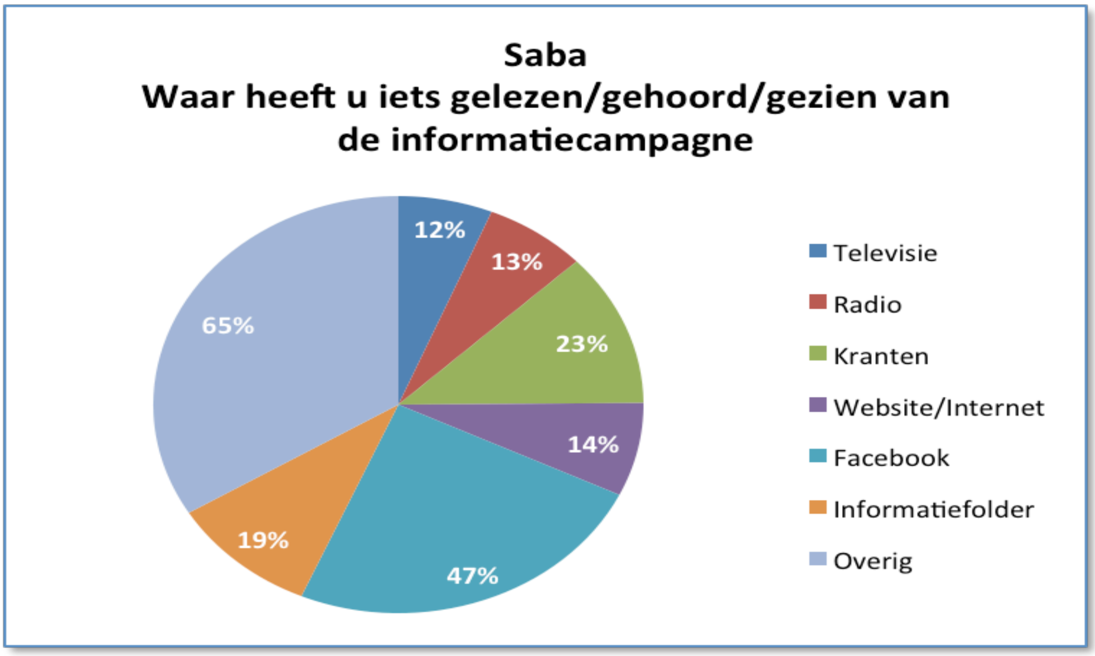


We hebben hieronder nog grafieken gemaakt van de resultaten per eiland.

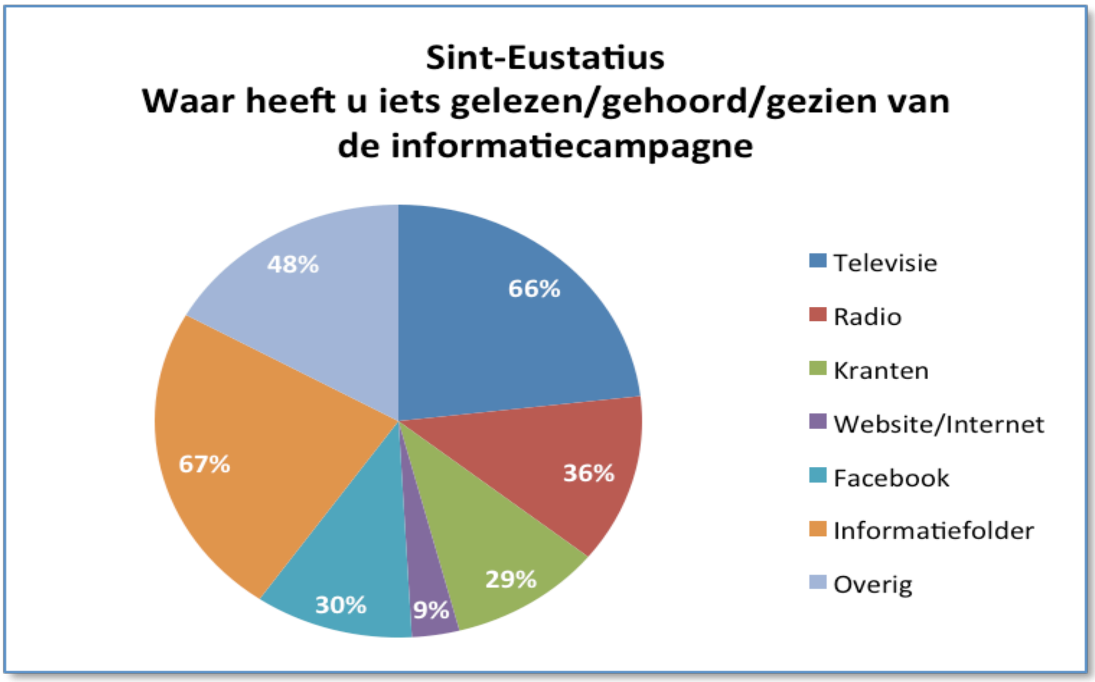
Bonaire – in welke media heeft u iets gemerkt van de campagne?



Saba – in welke media heeft u iets gemerkt van de campagne?



St. Eustatius – in welke media heeft u iets gemerkt van de campagne?



Motto van de verkiezingen

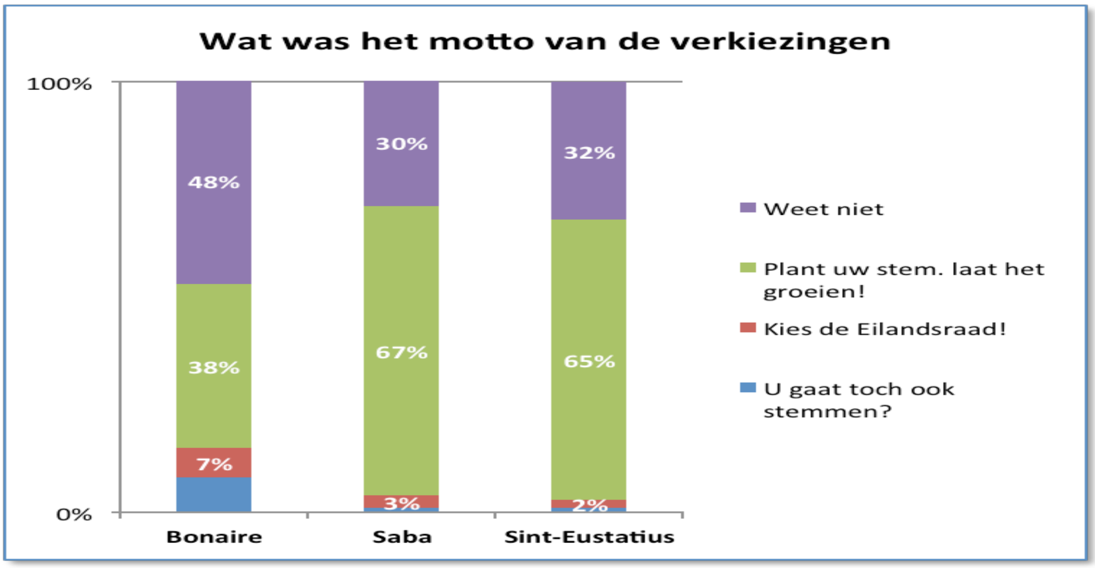
Vervolgens vroegen de enquêteurs wat volgens de respondenten het motto ofwel slogan was van de informatiecampagne. Hierbij somden de enquêteurs een drietal slogans op, waaronder ook de juiste *"Plant uw Stem, laat het groeien"*.

De respondent kon één van de drie slogans uitkiezen die volgens haar/hem was gebruikt in de informatiecampagne van RCN, of kiezen voor 'weet niet'.

De juiste slogan *"Plant uw Stem, laat het groeien"* werd op beide eilanden Saba en St. Eustatius door een vrijwel gelijk percentage genoemd (67% op Saba en 65% op St. Eustatius). Op Bonaire daarentegen was dat slechts 38%. Bijna de helft van de deelnemers op Bonaire wist niet wat de slogan voor de verkiezingen was, tegenover 30% op Saba en 32% op St. Eustatius. Een te verwaarlozen percentage noemde de twee andere slogans.

De vraag over welke slogan was gebruikt, hebben de enquêteurs ook gesteld aan diegenen die aangaven *niets* van de informatiecampagne te hebben gehoord of gezien. Om te onderzoeken of degenen die van de informatiecampagne gehoord hebben, beter op de hoogte waren van de slogan dan degenen die niets van de campagne van RCN hadden gemerkt, hebben wij kruistabellen gemaakt en geanalyseerd. Conclusie is dat degenen die iets van de informatiecampagne hebben gemerkt, de slogan beter kennen, vooral op Saba en St. Eustatius.

Echter, een deel van de respondenten heeft de juiste slogan genoemd, ook al gaven ze aan niets gemerkt te hebben van de informatiecampagne. Het zou kunnen zijn dat deze groep het heeft "van horen zeggen", of dat zij *onbewust tòch* iets van de campagne hebben meegekregen.



Kennis over hoe de verkiezingen in het werk gaan

Deze vraag is verwerkt in een aantal stellingen, waarbij de respondent kon aangeven welke stelling juist was en welke niet. Het betrof stellingen omtrent:

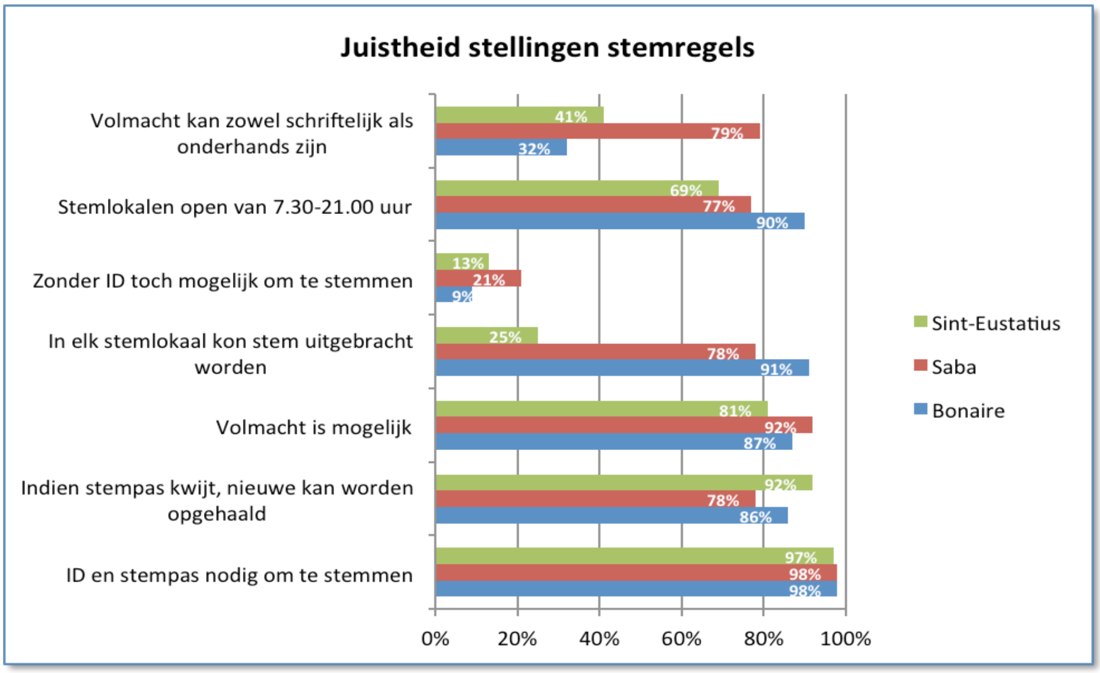
- de noodzaak van een ID en stempas
- de mogelijkheid om een nieuwe stempas op te halen
- de mogelijkheid tot het geven van een volmacht
- het uitbrengen van de stem in elk willekeurig stemlokaal
- zonder ID kan toch gestemd worden
- de openingstijden van de stemlokalen
- een volmacht kan zowel schriftelijk als onderhands zijn

Algemeen beschouwd waren de respondenten op de drie eilanden redelijk goed op de hoogte van de stemregels, uitzonderingen daargelaten. Zo wist vrijwel iedereen dat de kiesgerechtigde een ID en een stempas nodig heeft om te kunnen stemmen. En, indien de stempas kwijt is, dat er dan een nieuwe kan worden gehaald. Ook is de overgrote meerderheid op de hoogte geweest van het feit dat een volmacht mogelijk was: 87% op Bonaire , 92% op Saba en 81% op St. Eustatius was daarmee bekend. Dat er in elk stemlokaal kon worden gestemd, was voor vrijwel alle respondenten op Bonaire duidelijk, ook op Saba wist het overgrote deel dat, maar op St. Eustatius was 25% daar niet mee bekend.

Het merendeel van de respondenten op de eilanden wist dat het zonder ID niet mogelijk was om te stemmen.

Voor wat betreft de volmacht is het voor velen (68%) op Bonaire en op St. Eustatius (59%) niet duidelijk geweest dat een volmacht zowel schriftelijk als onderhands kan zijn. Daarentegen, wist het merendeel (79%) dat op Saba juist wel.

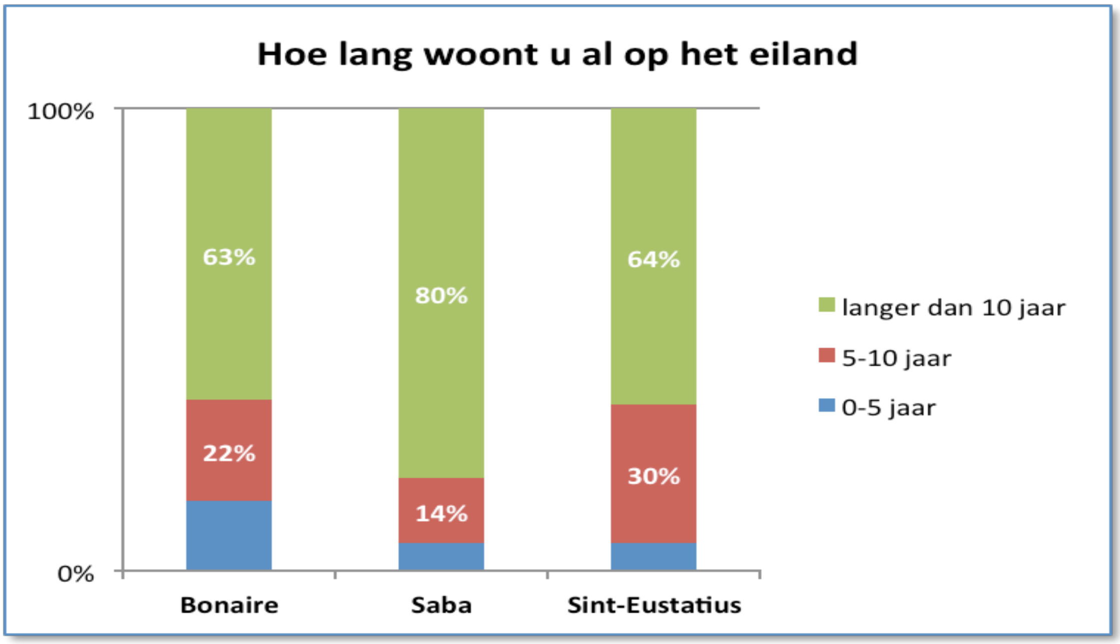
Er is een klein verschil te merken tussen respondenten die wel de informatiecampagne hebben opgemerkt en de respondenten die het niet hebben opgemerkt. In het algemeen is iedereen redelijk goed op de hoogte van de stemregels, maar de mensen die de campagne niet hebben gezien, zijn iets minder op de hoogte. Dit geldt niet voor alle stemregels; over sommige stemregels zijn beide groepen (wel of niet infocampagne opgemerkt) even goed geïnformeerd.



4.6. Demografische kenmerken van de respondenten

Aantal jaren woonachtig op het eiland.

Op alle eilanden woont een groot deel van de respondenten langer dan 10 jaar op het eiland: op Bonaire 63%, op Saba 80% en op St. Eustatius 64%. Op St. Eustatius woont iets meer dan een kwart (30%) tussen de 5-10 jaar op het eiland, op Bonaire is dat bijna een kwart (22%). Het aantal respondenten dat korter dan 5 jaar op het eiland woont is erg klein: 6% op Saba, 6% op St. Eustatius en een iets groter deel op Bonaire: 15%.

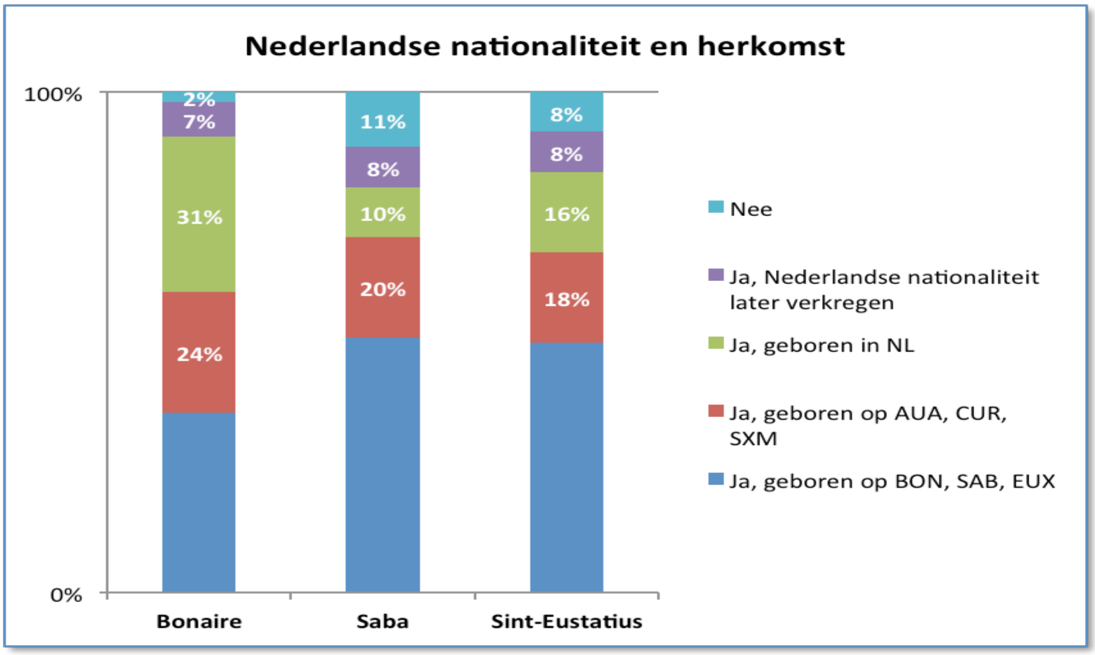


Nationaliteit

Het merendeel van de respondenten heeft de Nederlandse nationaliteit. De helft van de respondenten op Saba is ook op één van de Caribisch Nederlandse eilanden geboren; dat geldt ook voor de respondenten op St. Eustatius. Op Bonaire is 36% van de respondenten met de Nederlandse nationaliteit op één van de Caribisch Nederlandse eilanden geboren.

Bijna een kwart van de respondenten op Bonaire heeft de Nederlandse nationaliteit maar is geboren op één van de eilanden van de ex-Antillen: ofwel op Curaçao, St. Maarten of Aruba. Op Saba was dat 20% van de respondenten en op St. Eustatius 18%.

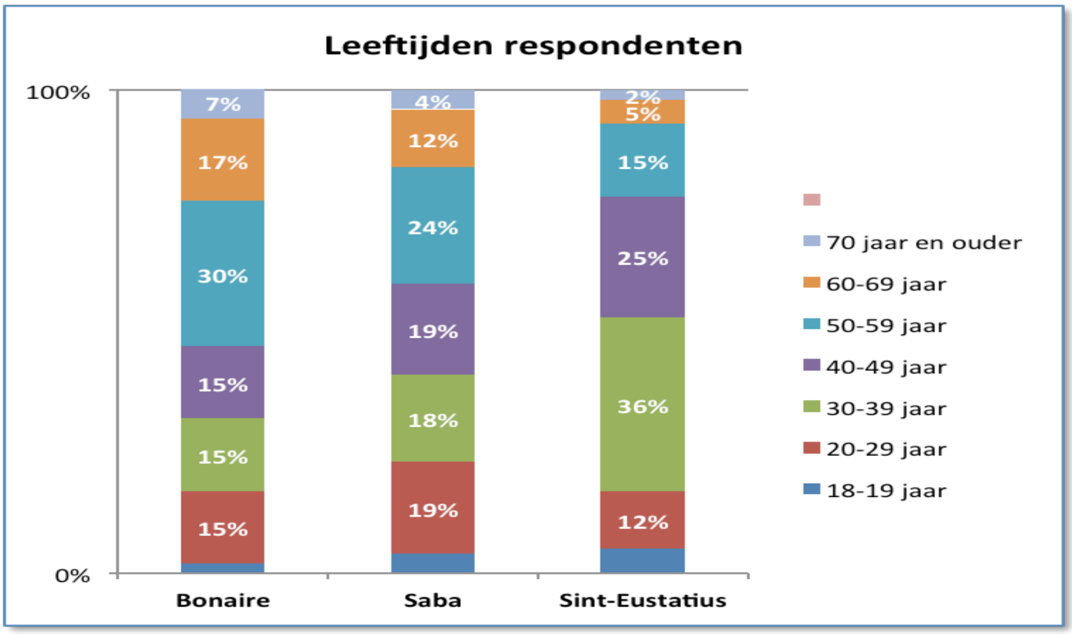
In Bonaire zijn - vergeleken met de twee andere eilanden - meer respondenten geboren in Nederland, namelijk 31%. Slechts een klein deel van de respondenten op de eilanden heeft het Nederlanderschap later verkregen.



Leeftijdscategorie

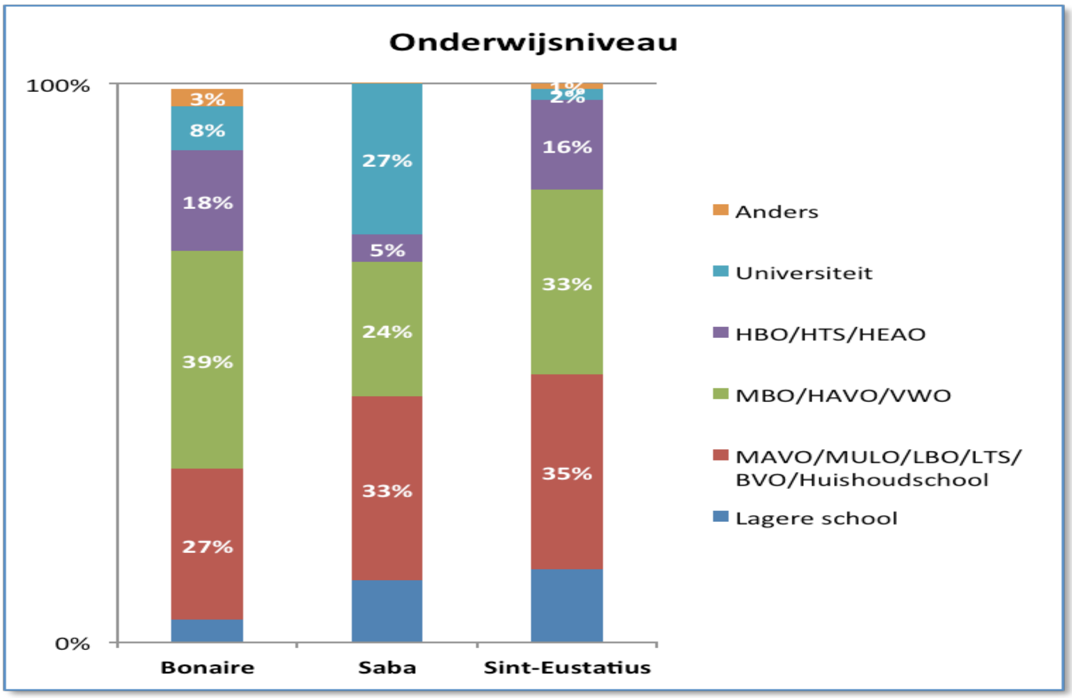
In de respondentengroep van St. Eustatius is de leeftijdscategorieën 30-49 jaar meer vertegenwoordigd dan op de andere eilanden Bonaire en Saba. Op Bonaire daarentegen zijn er meer mensen vertegenwoordigd met een leeftijd tussen de 50-69 jaar in vergelijking met Saba en St. Eustatius. De respondenten met een leeftijd

tussen de 18-19 jaar is op alle eilanden heel klein; dat geldt ook voor de leeftijdsgroep 70 jaar en ouder ook.



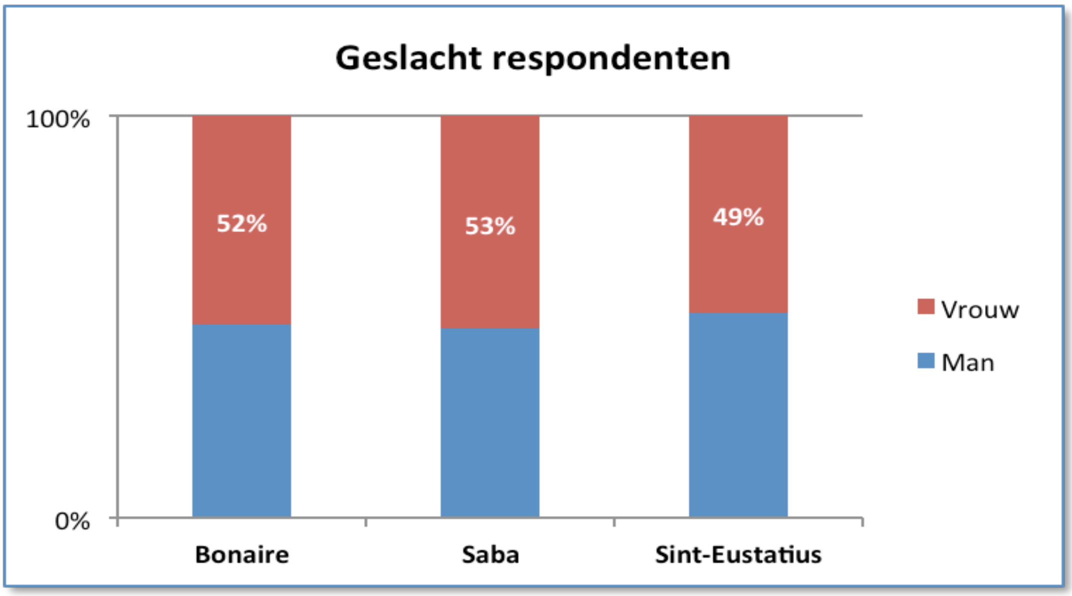
Onderwijsniveau

Een groot deel van de respondenten heeft een opleiding op middelbaar niveau. Op Bonaire heeft bijna 40% van de respondenten MBO/HAVO/VWO gedaan. Op Saba is het aantal respondenten met een universitair niveau hoger dan op de andere eilanden, namelijk 27%.



Geslacht

Er was een goede balans tussen het aantal mannen en vrouwen in de respondentengroepen: ongeveer de helft was vrouw, de andere helft was man.



5. Nadere analyse naar aanleiding van demografische kenmerken.

De onderzoekers hebben gekeken of er verschillen bestaan in uitkomsten voor verschillende categorieën respondenten. De demografische kenmerken zoals geformuleerd in vraag 11 tot en 15 zijn hiervoor als uitgangspunt genomen. Om te kunnen onderzoeken of er per categorie verschillen zijn bij de antwoorden op vraag 7 ("heeft u iets gemerkt van de informatiecampagne"), hebben de onderzoekers kruistabellen gemaakt. De meting van de effectiviteit begint immers met het al of niet kennis genomen hebben van deze campagne.

Er zijn *geen* significante verschillen tussen de verschillende groepen gevonden. Wel is er een voorzichtige richting aanwezig, die wij hieronder per eiland aangeven. Om statische redenen hebben wij diverse antwoorden categorieën naast elkaar geplaatst.

Bonaire

Hoe lang men op Bonaire woonde, maakte niet zoveel verschil voor het al of niet iets vernomen hebben van de informatiecampagne; degenen die langer dan 10 jaar op het eiland woonden, hebben het meest gemerkt van de campagne. Daarnaast had de groep tussen de 30-39 jaar en tussen de 60-69 jaar het meest gemerkt van de campagne. Degenen die hoger waren opgeleid (Universitair) waren iets beter geïnformeerd dan de overigen. Iets meer vrouwen dan mannen gaven aan van de informatiecampagne te hebben vernomen. Degenen die de Nederlandse nationaliteit hadden en geboren op één van de eilanden van Caribisch Nederland of de ex-Antillen, hadden meer gemerkt van de campagne dan degenen die geboren waren in Nederland of de Nederlandse nationaliteit later verkregen.

Saba

Hoe lang men op Saba woonde, maakte ook niet zoveel verschil voor het al of niet iets vernomen hebben van de informatiecampagne; degenen die tussen de 0-5 jaar op het eiland woonden, hebben het meest gemerkt van de campagne. In Saba is niet veel verschil in leeftijdscategorieën. Opleiding speelt een iets grotere rol: meer respondenten met een opleiding op Mavo/LBO/Huishoudschool en ook meer respondentem met een HBO niveau hadden van de informatiecampagne gehoord. Bijna net zoveel mannen als vrouwen gaven aan dat ze iets van de informatiecampagne hadden vernomen. Degenen die de Nederlandse nationaliteit hadden en geboren op één van de eilanden van Caribisch Nederland, hadden meer

gemerkt van de campagne dan de degenen die geboren was op de ex-Antillen of in Nederland.

Sint-Eustatius

In St. Eustatius is ook niet veel verschil in leeftijdscategorieën. Degenen die tussen de 5-10 jaar op het eiland woonden, hadden meer vernomen van de campagne. Opleiding speelt wel een rol. De respondenten met een Universitaire opleiding hebben meer gemerkt van de campagne. Ook de respondenten die geboren zijn in Nederland, hebben meer vernomen. Er is geen verschil tussen mannen en vrouwen.

6. Samenvatting, conclusies en aanbevelingen

De informatiecampagne had meerdere doelen. Eén belangrijke was om de bevolking te motiveren om te gaan stemmen. Daarnaast moest het proces van de verkiezingen en het stemmen uitgelegd worden. Een ander doel was om de aard van de verkiezingen uit te leggen, namelijk dat het om de Eilandsraad ging. Hierbij werden ook de functie en de taken van de Eilandsraad uitgelegd, om zodoende het belang van de verkiezingen onder het voetlicht te brengen.

6.1. Samenvatting resultaten

Op de eilanden heeft een belangrijk deel van de respondenten niets gemerkt van de informatiecampagne van RCN: bijna 40% op zowel Bonaire als op St. Eustatius; op Saba 30%.

Slogan

Op Saba en St. Eustatius wist een groot deel van de respondenten wat de slogan was van de informatiecampagne, op Bonaire was dat beduidend minder bekend.

Media

Op ieder eiland zijn verschillende communicatiemiddelen effectief geweest. Op Bonaire was dat de radio, gevolgd door televisie, de kranten en de folder. Facebook speelde geen grote rol op Bonaire. Dat was weer anders op Saba, waar Facebook, posters en billboards hoog scoorden. Ook op St. Eustatius speelde de folder een grotere rol, evenals televisie, in vergelijking met de andere communicatiemiddelen.

Bekendheid met de verkiezingen

Men was heel goed op de hoogte voor welk bestuursorgaan de verkiezingen werden gehouden. Vrijwel alle respondenten gaven aan dat de verkiezingen voor de Eilandsraad waren.

Bekendheid met de functies en taken van de Eilandsraad

Al met al is de bekendheid met de taken van de Eilandsraad redelijk goed. Bijna driekwart van de respondenten op Bonaire en Saba weet dat de Eilandsraad het Bestuurscollege controleert. Op St. Eustatius is dat meer dan driekwart.

Het is niet met zekerheid te stellen dat de goede bekendheid met de functie van de Eilandsraad te maken heeft met de informatiecampagne van RCN. Eilandsraadverkiezingen zijn veel vaker gehouden (om de 4 jaar) en het bestuursorgaan is een lang bestaand orgaan op de eilanden.

Belang van Eilandsraad

De overgrote meerderheid van de respondenten vindt de Eilandraad heel belangrijk voor het eiland.

Kennis over hoe de verkiezingen in het werk gaan

In het algemeen, was men goed op de hoogte van de stemregels. Dat geldt zowel voor diegenen die *wel* als diegenen die *niet* iets over de informatiecampagne hadden vernomen. Er zijn slechts kleine verschillen.

6.2. Conclusief en aanbevelingen

Effectiviteit Informatiecampagne RCN

Uit dit onderzoek is niet te concluderen dat er een (positieve) relatie bestaat tussen 'iets vernomen hebben van de informatiecampagne van RCN' en 'gaan stemmen'. Met andere woorden, of de respondenten die zijn gaan stemmen, dat hebben gedaan omdat zij iets van de informatie van RCN hebben vernomen, staat niet onomstotelijk vast. Ook is het zo dat een belangrijk deel niets heeft gemerkt van de campagne; de RCN informatie kan bij de stemmers onder deze groep dus niet de motivator zijn geweest.

Uiteraard is het al of niet gaan stemmen niet alleen afhankelijk van de informatiecampagne. Het kan zijn dat de mensen die zijn gaan stemmen meer open stonden voor publiciteit rondom de verkiezingen. Vaak gaan mensen die over het algemeen graag stemmen proactief op zoek naar informatie; de mensen die al hadden besloten om niet gaan stemmen zijn meestal ook niet zo geïnteresseerd in informatie omtrent de verkiezingen.

Opkomstpercentages

Voor de Eilandsraadverkiezingen in 2011 hield RCN een soortgelijke informatiecampagne als in 2015; in 2007 was die er niet (om het simpele feit dat RCN toen nog niet bestond).

Wij hebben de opkomstpercentages bij de verkiezingen voor de Eilandsraad in 2007 vergeleken met de opkomst in 2011 en in 2015 om te kunnen bepalen of de RCN campagne eventueel bijgedraagt aan een hogere opkomst in 2011 en 2015.

Het verschil in opkomst tussen de Eilandsraadverkiezingen in 2007 (alleen cijfers voor Bonaire beschikbaar), in 2011 en de Eilandsraadverkiezingen in 2015, is klein. Op Bonaire is het aantal mensen dat in 2015 naar de stembus ging relatief iets hoger (+ 3%) in vergelijking met 2011, maar lager dan in 2007 (-5%) toen er geen informatiecampagne was. Dus, zonder informatiecampagne in 2007 was de opkomst zelfs 5% hoger dan in 2015 toen er wel een informatiecamagne van RCN was.

Op Saba was de opkomst in 2015 iets hoger dan in 2011 (+ 3,3%). Het is niet vast te stellen of deze kleine verhoging te maken heeft met de informatiecampagne.

Op St. Eustatius was het aantal stemmers voor de Eilandsraadverkiezingen in 2015 iets lager dan in 2011 (-2.5%).

Tabel 3: Opkomst percentages Eilandsraadverkiezingen 2007, 2011 en 2015 (bron Wikipedia).

	2007 (geen RCN infocampagne)	**2011** (wel RCN infocampagne)	**2015** (wel RCN infocampagne)	**Verschil opkomst (2011-2015)**
Bonaire	83%	75%	78%	**+** 3%
Saba	Niet traceerbaar via Wikipedia	88%	91,3%	**+** 3,3%
St. Eus	Idem	68%	65,5%	**-** 2,5%

Om een vergelijking te kunnen maken met de opkomstpercentages bij andere verkiezingen op de eilanden, legden wij ook deze opkomstpercentages naast elkaar. Tijdens de verkiezingen voor de Tweede Kamer in 2012, was op Bonaire het opkomstpercentage 24,8 %, op Saba 28,5 %, en op Sint-Eustatius 14,8 %. Tijdens de verkiezingen voor het Europees Parlement in 2014, heeft in totaal slechts 11.4

procent van de stemgerechtigden op Bonaire, Saba en St. Eustatius de moeite genomen om naar de stembus te gaan. Uit deze opkomstpercentages kunnen wij concluderen dat de interesse voor andere verkiezingen (anders dan de Eilandsraadverkiezingen) vele malen minder is. Dat heeft met name te maken met het feit dat men het belang van die verkiezingen voor de eilanden niet inziet en men niet weet *op welke partijen en op wie* zij moeten stemmen (zie hiervoor onze eerdere onderzoeken in 2012 en 2014).

De onderzoekers vragen zich af of een dergelijk groots opgezette informatiecampagne van RCN als in 2015, voor de Eilandsraadverkiezingen, noodzakelijk is. Dit kunnen wij ook voorzichtig opmaken uit de opkomstpercentages. Het verschil tussen de opkomstpercentages voor de Eilandsraadverkiezingen in de afgelopen jaren (2007, met 2011 en 2015) is klein. In 2007 - *zonder* een informatiecampagne van RCN - was de opkomst op Bonaire zelfs iets hoger, namelijk 83%, vergeleken met 2011 (75%) en 2015 (78%).

De twijfel over de noodzaak van een grote RCN informatiecampagne wordt eveneens bevestigd door de resultaten van het andere onderzoek (kwalitatief). Hierbij gaf een groot deel van de deelnemers van de focusgroepen aan dat de informatiecampagne niet heeft geleid tot een hogere opkomst naar de stembus, omdat een aanzienlijk deel van de deelnemers niets heeft gemerkt van de RCN campagne.

Verder meent de overgrote meerderheid dat de Eilandraad voor hun eiland heel belangrijk is. Het is daarom voor de onderzoekers een logische aanname dat zij (de bewoners) het (erg) belangrijk vinden om naar de stembus te gaan voor de Eilandsraad.

Gezien het bovenstaande is een dergelijke zware campagne voor de Eilandsraadverkiezingen wellicht niet noodzakelijk; de meerderheid gaat toch stemmen, met of zonder een uitgebreide informatiecampagne. Wel is het zo, en dat bevestigden de focusgroepen ook, dat RCN de stemregels moet communiceren, evenals de aard en de datum van de verkiezingen.

Volgens de onderzoekers kan de campagne zich daarom over vier jaar (bij de volgende verkiezingen in 2019) beperken tot informatie over het proces en de stemregels; en minder op het belang van stemmen voor de Eilandsraad.

Omdat een vrij groot deel niets heeft gemerkt van de informatiecampagne, is het tevens belangrijk dat RCN van te voren nagaat welke media op welk eiland zij het beste kan inzetten, en hoe hoog de inzet moet zijn voor ieder medium. Een media-onderzoek kan daaraan bijdragen. Uit ons onderzoek is gebleken dat er op ieder eiland een betere (andere) media-mix noodzakelijk is om een hoger percentage bewoners te kunnen bereiken met de informatiecampagne. Op Saba bijvoorbeeld zal de focus meer moeten liggen op social media (Facebook).

Bijlage 1: Vragenlijst

KWANTITATIEF ONDERZOEK – KIESGERECHTIGDEN CARIBISCH NEDERLAND

ONDERZOEK EILANDSRAADVERKIEZINGEN

Vragenlijst

Enquêteur ………………

Datum……………………… **Tijd……………………………**

Goedendag, mijn naam is………van BridgeGaps BV. Wij doen in opdracht van RCN een onderzoek naar de effectiviteit van de voorlichtingscampagne over de onlangs gehouden verkiezingen in Caribisch Nederland. Wij zouden het waarderen als wij enkele minuten van uw tijd mogen om een aantal vragen te beantwoorden.

1. In Maart 2015 werden er hier verkiezingen gehouden. Weet u nog waarvoor deze waren?

(DE ANTWOORDEN HIERONDER NIET VOORLEZEN.

HUN ANTWOORD HIERONDER AANKRUISEN. MAAR ÉÉN ANTWOORD MOGELIJK)

1.	Statenverkiezingen	
2.	Tweede Kamer	
3.	Bestuur Caribisch Nederland	
4.	Eilandsraad	
5.	Europees Parlement	
6.	Geen idee/weet niet/overig	

2. Bent u gaan stemmen?

1	Ja		> naar vraag 4
2	Nee		> naar vraag 3

3 .Waarom heeft u niet gestemd?

(DE ANTWOORDEN HIERONDER NIET VOORLEZEN, HUN ANTWOORDEN AANKRUIZEN, MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK)

		GENOEMD
1.	Ik vind de Eilandsraad niet belangrijk/interesseert me niet	
2.	Ik wist niet dat er verkiezingen waren	
3.	Ik weet niet wat de Eilandsraad doet	
4.	Ik ken de politieke partijen niet	
5.	Ik wist niet *op welke partij* ik moest gaan stemmen	
6.	Ik wist niet *waar* ik moest gaan stemmen	
7.	Ik ga nooit stemmen	

8. Mijn stem maakt geen verschil / mijn stem is niet belangrijk	
9. Ik snapte de informatie niet	
10. Ik heb geen vertrouwen in de Eilandsraad / De Eilandsraad functioneert niet	
11. Alle partijen zijn hetzelfde/geen verschil	
12. Ik ken niemand op lijst / onbekende kandidaten	
13. Geen reden/geen mening/weet niet	
14. Anders	

>> ga nu verder met vraag 5 <<

4. Waarom heeft u wel gestemd?

(NIET VOORLEZEN, MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK))

	GENOEMD
1. Ik vind de Eilandsraad belangrijk	
2. Ik ga altijd stemmen, voor alle verkiezingen	
3. Ik vind stemmen over het algemeen heel belangrijk (mijn plicht)	
4. Ik wilde dat mijn partij waarvoor ik heb gestemd, zou winnen	
5. Mijn stem is belangrijk voor het eiland	
6. Anders	
7. Geen reden	

5. In hoeverre bent u het eens met de volgende stelling: de Eilandsraad is heel belangrijk voor mijn eiland?

(ÉÉN ANTWOORD AANKRUISEN)

1. Helemaal mee eens	
2. Mee eens	
3. Niet mee eens of niet mee oneens	
4. Mee oneens	
5. Helemaal mee oneens	

6. Deze vraag gaat over de taken van de Eilandsraad op uw eiland. Ik noem u een aantal stellingen.

Kunt u aangeven welke bij de taken van de Eilandsraad horen?

(ONDERSTAANDE ANTWOORDEN WEL VOORLEZEN. DAN AANKRUISEN. MEERDERE ANTWOORDELIJK MOGELIJK.)

	Ja / nee
1. De Eilandsraad controleert het Bestuurscollege	
2. De Eilandsraad maakt de wetgeving voor ons eiland	
3. De Eilandsraad is de baas van ons eiland	
4. De Eilandsraad houdt toezicht op het Bestuurscollege	
5. De Eilandsraad controleert de Gezaghebber	
6. De Eilandsraad is het hoogste orgaan van algemeen bestuur	
7. De Eilandsraad doet niet zoveel	
8. De Eilandsraad stelt eilandsverordeningen vast	
9. Overig	

INFORMATIECAMPAGNE RCN

7.. Er is hier op het eiland een grote informatiecampagne geweest over de Eilandsraadverkiezingen.

Heeft u hier iets over gelezen/gehoord/gezien?

1	Ja		> naar vraag 8 en dan verder
2	Nee		> naar vraag 9

8. Waar heeft u daar iets over gehoord/gelezen/gezien?

((DE RIJ HIERONDER NIET VOORLEZEN)

	GENOEMD
1.Televisie	
2.Radio	
3.Kranten	
4.Website	
5.Facebook	
6, Informatiefolder	
7. Overig	

9. Wat was volgens u het motto van deze campagne? Is dat…

(DE RIJ HIERONDER HARDOP VOORLEZEN – ÉÉN ANTWOORD MOGELIJK)

1. U gaat toch ook stemmen?	
2. Kies de Eilandsraad!	
3. Plant uw stem, laat het groeien!	
4. Geen idee/weet niet	

10. Welke van de volgende stellingen zijn juist/onjuist volgens u?
(DE RIJ HIERONDER HARDOP VOORLEZEN – MEERDERE ANTWOORDEN MOGELIJK)

	JUIST	**ONJUIST**
1. Om te stemmen had u een ID kaart nodig + een stempas		
2. Indien u uw stempas kwijt was, dan kon u een nieuwe ophalen		
3. Wie niet zelf kon stemmen mag iemand anders een volmacht geven		
4. U kon in elk willekeurig stemlokaal op uw eiland uw stem uitbrengen		
5. Indien u geen ID kunt tonen, mag u toch gaan stemmen		
6. De stemlokalen waren open van 7.30 am – 21.00 pm		
7. Een volmacht kan zowel schriftelijk als onderhands zijn		

TOT SLOT WILLEN WIJ GRAAG ENKELE ALGEMENE GEGEVENS VAN U.

11. Hoe lang woont u al op dit eiland?

1. 0-5 jaar

2. 5-10 jaar

3. Langer dan 10 jaar

12. Heeft u de Nederlandse nationaliteit?

1. JA - geboren op Bonaire / Saba / Statia

2. JA – geboren op Aruba / Curaçao / St. Maarten

3. JA, in Nederland geboren

4. JA, ik heb de Nederlandse nationaliteit later verkregen

5. NEE

13. In welke leeftijdscategorie valt u?

1. 18-19 jaar

2. 20-29 jaar

3. 30-39 jaar

4. 40-49 jaar

5. 50-59 jaar

6. 60-69 jaar

7. ≥70 jaar

8. N.a.

14. Wat is de hoogste opleiding die u heeft afgerond?

1. Lagere school

2. MAVO (MULO), LBO/LTS, BVO, Huishoudschool

3. MBO, HAVO, VWO

4. HBO (HTS, HEAO)

5. Universiteit

6. Anders

7. N.a.

15. Is de respondent man of vrouw? *NIET VRAGEN!*

1. Man

2. Vrouw

Namens BridgeGaps BV, hartelijk dank voor uw tijd. We waarderen het zeer.
Nog een fijne dag!

Bijlage 2: Verantwoording

Het kwantitatieve onderzoek op Bonaire, Saba en St. Eustatius is opgezet, georganiseerd en aangestuurd door BridgeGaps BV (eigenaar: Mw. S. De Brabander), in opdracht van RCN. Op ieder eiland hebben we lokale veldcoördinatoren aangesteld om het onderzoek zo effectief en efficiënt mogelijk te laten verlopen: Dhr. J. Simmons, Mw. J. Megens, Mw. L. Courtar. Het eindrapport werd gemaakt door Mw. S. De Brabander. Onze collega Mw. B. Perquin is verantwoordelijk geweest voor de SPSS en de analyse. Onze collega Mw. D. Maduro assisteerde met de opmaak en lay-out van de rapportage.

Onderzoek St. Eustatius	: April 2015 veldcoördinator: Mw. L. Courtar
Onderzoek Saba	: April 2015 veldcoördinator: Dhr. J. Simmons
Onderzoek Bonaire	: April 2015 veldcoördinator Mw. J. Megens

Mw. S. de Brabander
Eigenaar/Directeur
BridgeGaps BV
Neptunusweg 16
Curaçao
P: 599-9-7381030
E:info@bridge-gaps.com